

Д. Л. Старкова

*Вятская государственная сельскохозяйственная
академия, г. Киров*

Научный руководитель: И. В. Маракулина, к. э. н., доцент

Исследование влияния восприятия имиджа Кировской области на процесс миграции населения региона

Основой устойчивого развития экономики региона наряду с инвестициями является человеческий капитал. Индекс физического объема валового регионального продукта Кировской области [1] ниже показателей по России в целом, несмотря на совпадение общей динамики (рис. 1).



Рис. 1. Индекс физического объема ВРП, %

Одной из проблем региона является отток населения, который за период 2005–2013 гг. увеличился практически на 25 % (рис. 2). Люди уезжают в поисках «лучшей жизни» преимущественно в другие регионы России. Для выявления воспринимаемого имиджа Кировской области и основных причин смены места жительства было проведено

анкетирование. В выборку вошли жители города Кирова, районов Кировской области и других регионов РФ всех половозрастных групп. База данных исследования сформирована по 89 переменным и 150 объектам, обработка результатов выполнена в SPSS.

По данным исследования 67 % респондентов из числа жителей области отметили низкий уровень заработной платы в регионе, 12,5 % считают основной проблемой недоступное жилье, 10 % сложно найти интересную работу, 4 % не довольны уровнем предоставляемого высшего и среднего профессионального образования.

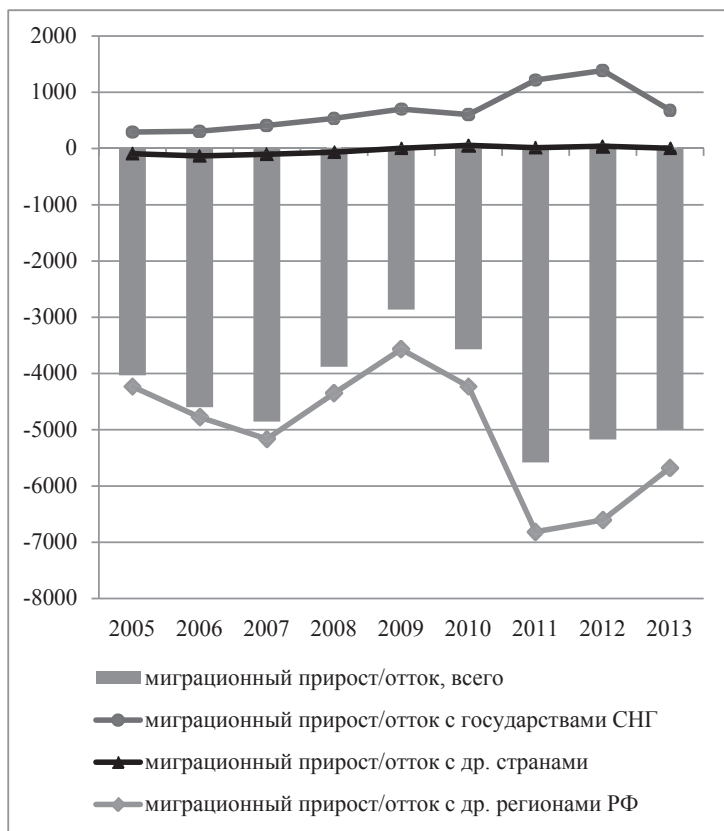


Рис. 2. Миграционный прирост (+), отток (-) населения Кировской области, чел.

При исследовании шести ключевых параметров восприятия региона наименьшая оценка была получена по уровню развития экономики, а наиболее высоким баллом респонденты оценили красоту природы, историческое и культурное наследие Кировской области (рис. 3). В то же время 60 % опрошенных не считают наш регион уникальным, поэтому при позиционировании достаточно сложно добиться четкой идентификации. Все же, по мнению участников анкетирования, привлекательными направлениями являются паломничество (Великорецкий крестный ход и др.) и событийный туризм (фестиваль «Гринландия» и др.).

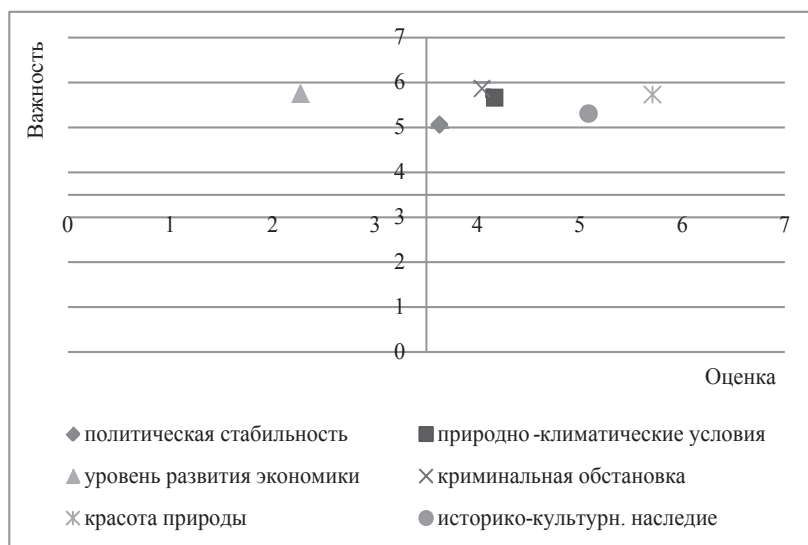


Рис. 3. Основные параметры восприятия региона в соотношении «Важность параметра — Оценка воспринимаемого уровня параметра»

По мнению В. Н. Васиной [2, с. 117] факторный анализ с использованием метода главных компонент позволяет при заданном уровне значимости объединить статистически значимые характеристики объектов в факторы и заменить ими большое количество исходных переменных. Анализ переменных туристической, инвестиционной

и коммерческой привлекательности региона с вычислением факторных нагрузок позволил сгруппировать названные параметры по значимым факторам. Так, при оценке туристической привлекательности Кировской области первую группу переменных можно объединить в фактор «транспортная инфраструктура», второй важный для потребителей фактор — «стоимость туристических услуг».

При оценке инвестиционной привлекательности территории выявлено преобладающее влияние фактора «отношение региональной власти к бизнесу», который объединяет в себе и переменные политики региональной власти, и экономические параметры, включая уровень налоговой нагрузки. В свою очередь, на формирование привлекательности продукции кировских производителей оказывают влияние факторы «доверие к производителю», «дизайн продукции» и «экологичность продукции». На основании факторного анализа можно сделать вывод о том, что для формирования привлекательности Кировской области региональным властям необходимо уделить внимание вопросам политической и экономической стабильности региона, наладить транспортную инфраструктуру, поддерживать местных производителей не только для того, чтобы сохранить воспринимаемый имидж «высокое качество кировской продукции по приемлемым ценам», но и повысить уверенность инвесторов в благоприятном отношении власти к производителям.

В целом по 7-балльной шкале кировчане оценили родной край в среднем на уровне 4,6 балла. 42 % опрошенных поставили оценку 5 баллов, 21 % — выше и 37 % — ниже 5 баллов, при этом частота оценки «7» составила 2 %, а оценку «1» не отметил ни один из респондентов. Жители других регионов оценили нашу область ниже, чем местные жители, средний балл составил 4,2 (рис. 4).

Высказали намерение уехать из Кировской области лишь 8 % жителей, принявших участие в анкетировании, доля желающих остаться практически в два раза выше — 15 %. Большая часть (77 %) готовы уехать из региона при появлении выгодных предложений. Позитивным моментом является то, что 48 % респондентов из других регионов России также выразили готовность переехать жить в Кировскую область в случае получения выгоды.

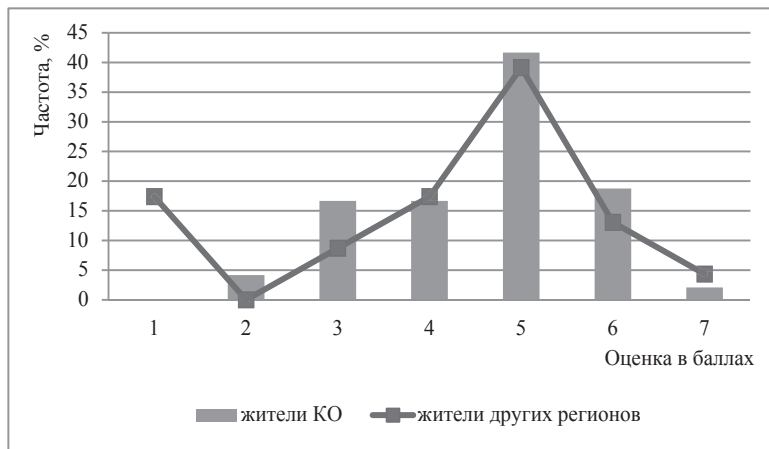


Рис. 4. Распределение оценок привлекательности Кировской области в зависимости от места жительства респондента

Таким образом, комплексная работа по повышению привлекательности региона для жителей, инвесторов и туристов будет способствовать сокращению миграционного оттока и развитию человеческого капитала Кировской области.

Литература

1. Региональная база статистических данных «Кировская область». — Режим доступа: <http://kirovstat.kirov.ru/dg/dbinet.cgi> (дата обращения 20.04.2014).
2. Васина В. Н., Маракулина И. В. Сегментирование потребителей молочной продукции региона // Регионология. — 2011. — № 4. — С. 115–120.